

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	I
HALAMAN PERNYATAAN.....	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Facetology	2
1.1.3 Logo Facetology.....	2
1.1.4 Skala Usaha Facetology	3
1.1.5 Produk Facetology	3
1.1.6 Profil TikTok.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	32
1.4 Tujuan Penelitian	33
1.5 Manfaat Penelitian	33
1.5.1 Aspek Teoritis	33
1.5.2 Aspek Praktis	34
1.6 Waktu Periode.....	34
1.7 Sistematika Penulisan	34
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	35
2.1 Teori Penelitian Terdahulu.....	35
2.1.1 Pemasaran	35
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	36

2.1.3 Perilaku Konsumen	36
2.1.4 Komunikasi Pemasaran	37
2.1.5 Pemasaran Digital	38
2.1.6 Pemasaran Media Sosial	39
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i>	40
2.1.8 <i>Information Adoption Model (IAM)</i>	41
2.1.9 <i>Information Quality</i>	41
2.1.10 <i>Information Quantity</i>	42
2.1.11 <i>Information Credibility</i>	43
2.1.12 <i>Information Usefulness</i>	44
2.1.13 <i>Information Adoption</i>	45
2.1.14 <i>Purchase Intention</i>	46
2.2 Penelitian Terdahulu	48
2.3 Kerangka Pemikiran.....	69
2.4 Hubungan Antar Variabel	70
2.4.1 Hubungan <i>Information Quality</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	70
2.4.2 Hubungan <i>Information Quantity</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	71
2.4.3 Hubungan <i>Information Credibility</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	72
2.4.4 Hubungan <i>Information Usefulness</i> terhadap <i>Information Adoption</i>	72
2.4.5 Hubungan <i>Information Adoption</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	73
2.5 Hipotesis Penelitian.....	73
2.6 Batasan Penelitian	74
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	75
3.1 Jenis Penelitian.....	75
3.2 Variabel Operasioanl dan Skala Pengukuran	76
3.2.1 Variabel Operasional.....	76
3.2.2 Skala Pengukuran.....	81
3.3 Tahapan Penelitian	82
3.4 Populasi dan Sampel	84
3.4.1 Populasi	84
3.4.2 Sampel.....	84

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	88
3.5.1 Data Primer	88
3.5.2 Data Sekunder	88
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	89
3.6.1 Uji Validitas	89
3.6.2 Uji Reliabilitas	91
3.6.3 Analisis Deskriptif	93
3.7 Teknik Analisis Data.....	94
3.7.1 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	94
3.7.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	95
3.7.3 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	95
3.7.4 Pengukuran Structural Model (<i>Inner Model</i>).....	97
3.8 Uji Hipotesis	99
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	101
4.1 Pengumpulan Data	101
4.2 Karakteristik Responden	101
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pernah Menjumpai Konten Facetology di TikTok	102
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	103
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	104
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	105
4.3 Hasil Penelitian	105
4.3.1 Hasil Penelitian Deskriptif.....	105
4.3.2 Hasil Analisis Data.....	124
4.4 Uji Hipotesis	133
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	135
4.5.1 Pembahasan Karakteristik Responden	135
4.5.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	137
4.5.3 Hasil Uji Hipotesis	143
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	148

5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran.....	150
DAFTAR PUSTAKA.....	154
LAMPIRAN.....	161